

Media Sosial Instagram Sebagai Media Edukatif Dalam Bingkai Sosiologi Pendidikan

Atik Kurniawati¹, Meila Riskia Fitri & Marista Christina Shally Kabelen
Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

Abstract

This research aims to discuss the social media Instagram as an educational medium through the perspective of Sociology of Education. Specifically, it aims to, first, find out the main components of Instagram social media, second, to find out the role of actors and third, analyze educational accounts from the perspective of the sociology of education. The research method used is descriptive qualitative with interviews and observations related to educational accounts. The subjects of this research are 8 owners of educational accounts on the social media Instagram, namely @kokbisa, @mudanerdaya.id, @socialkreatif, @folkative, @asumsico, @karirlab, @mamanbasyaiban, @cepatpede.academy. The research was conducted from May 2024 to October 2024. The concepts used in this research were social media, Instagram, and education using an educational sociology perspective. The result of this research is that we can find out the 4 components of Instagram social media which include context, communication, collaboration and connection. Second, optimize the role of actors as policy makers, coordinators, facilitators, implementers and accelerators. Third, analyze Instagram social media as a "facility" in individual development through an educational sociology perspective.

Keywords: Social Media, Instagram, Educational, Educational Sociology

Pendahuluan

Belajar merupakan kebutuhan manusia, saat ini berkembang berbagai Pendidikan alternatif yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan generasi muda. Setiap orang memiliki kebutuhan yang berbeda tergantung pada karakteristik demografi, kesehatan fisik dan mental, fungsi sosial, lintasan sekolah dan keterampilan akademik (Fortems, Hansen, and Glazemakers 2023). Oleh sebab itu belajar bukanlah secara sempit diartikan duduk dibangku sekolah semata, melainkan lebih dari itu belajar dapat dilakukan dari berbagai media. Jaringan internet dan kepemilikan handphone menjadikan generasi muda dapat belajar melalui genggaman saja. Media social merupakan salah satu media yang dapat digunakan generasi muda saat ini.

Berdasarkan laporan *We Are Social*, bahkan rata-rata durasi bermain media sosial di dunia mencapai 2 jam 31 menit per hari. Pada kuartal tiga tahun 2022 dan di Indonesia rata-rata setiap orang menghabiskan waktu selama 3 jam 23 menit sehari untuk mengakses sosial media. Hal ini tentu berdampak bagi penggunaannya, seperti kecanduan, tidak percaya diri, depresi sampai dapat mengakibatkan ke perilaku cereboh. Walaupun terdapat dampak negatif yang cukup banyak jika digunakan berlebihan. Namun sebaliknya jika digunakan dengan penuh kesadaran, media sosial akan memberi manfaat, antara lain untuk berbagi informasi, berinteraksi dengan teman, berdiskusi tentang isu terhangat, serta membangun citra diri (*personal branding*).

Media sosial Instagram dipilih karena salah satu platform media sosial paling populer dan terus meningkat popularitasnya untuk generasi saat ini. Berdasarkan penelitian **pertama**, yang

¹ atikkurniawati1@gmail.com

berjudul “Media Sosial Instagram sebagai Bentuk Validasi dan Representasi Diri, disajikan data bahwa instagram digunakan sebagai alat komunikasi sebanyak 94%, mendapat informasi 84%, serta melakukan interaksi sekitar 71% (Romaboida, 2023). Hal ini menarik peneliti untuk menjadikan Instagram sebagai objek dalam penelitian ini. Selain itu berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dilakukan, **kedua** penelitian yang berjudul “*The Impact Of Using Social Media And Internet On Academic Performance: Case Study Bahrain Universities*” dinyatakan bahwa media sosial memberikan manfaat untuk akademis dan berpeluang untuk meningkatkan proses belajarnya. (Desmal 2017). **Ketiga**, penelitian yang berjudul “*Impact of Using Social Media on the Academic Performance A Case of College Going Students in Lorlai Division*” Temuan dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa terdapat dampak positif dan signifikan yang ditunjukkan secara statistik dari penggunaan media sosial untuk tujuan akademik dan sosialisasi terhadap kinerja akademik siswa. (Jaceed 2022).

Keempat, penelitian yang berjudul “*Impact of Using Social Media Networks on Individual Work-Related Outcomes*” Penelitian ini dilakukan di negara-negara Balkan Barat: Bosnia dan Herzegovina, Kroasia, Montenegro, Makedonia Utara, dan Serbia. Penggunaan jaringan media sosial dalam waktu lama (siang hari) khususnya dapat mengurangi kepuasan kerja, sementara bergabung dengan banyak grup sangat membahayakan komitmen organisasi. Koneksi dan pengaruh yang ditemukan memiliki signifikansi ilmiah dan praktis (Taboroši et al. 2022). **Kelima**, dari beberapa penelitian-penelitian sebelumnya media sosial digunakan sebagai sarana pembelajaran dan dianalisis dalam perpektif pembelajaran (Hapsari 2020; Triyanto et al. 2022; Ardiana and Ananda 2022; Hamal et al. 2022; Rochana 2020)

Berdasarkan penelitian terdahulu, topik ini masih sangat menarik untuk dikaji. Peneliti akan mengisi kekosongan penelitian sebelumnya dengan melakukan pembahasan mengenai peran media sosial sebagai media pembelajaran dari perspektif sosiologi Pendidikan. Persepektif sosiologi pendidikan digunakan untuk menganalisa nilai-nilai, institusi, budaya dan kecenderungan yang terjadi di Masyarakat. Adapun tujuan penelitian ini ialah (1) mengetahui komponen utama dalam media social Instagram, (2) peran aktor dalam membangun akun edukatif, dan (3) peran media sosial Instagram dalam persepektif sosiologi pendidikan.

Metode Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Subjek penelitian dalam penelitian ini ialah 8 akun edukatif diantaranya @kokbisa, @mudanerdaya.id, @socialkreatif, @folkative, @asumsico, @karirlab, @mamanbasyaiban, @bicarapede.academy. Pemilihan 8 akun ini didasarkan berdasarkan pada (1) jumlah followers diatas 35.000 sampai 6.500.000, (2) eksistensi akun yang tertua sampai dengan yang termuda antara 2015-2022, (3) jenis akun yang variatif kontennya mulai dari pengetahuan sampai dengan keterampilan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan ialah wawancara secara online dengan pemilik akun, melakukan observasi terkait muatan kontennya, frekuensi postingannya dan data-data sekunder lainnya seperti website, serta berita online mengenai pemilik akun ataupun akunnya dalam platform lainnya. Penelitian dilakukan pada bulan Mei 2024 sampai Oktober 2024. Analisis

dilakukan dengan melakukan transkrip wawancara dan mereduksi hal yang tidak sesuai dengan kebutuhan penelitian ini, kemudian dilakukan tabulasi untuk memudahkan *coding*, serta membuat table observasi kemudian dianalisis lebih lanjut. Adapun triangulasi dilakukan dengan cara membandingkan informasi dan data terkait.

Hasil dan Pembahasan

A. Komponen Media Sosial Instagram

Media sosial merupakan media yang mudah diakses oleh Masyarakat dengan memiliki perangkat/ *gadget* dan internet. Hampir seluruh masyarakat dapat menjangkau media sosial, terbukti jika dilihat dari data sebanyak 191 juta menggunakan media social (73,7% dari populasi) dan pengguna instagram sebanyak 122 juta (47,3% dari populasi) (Rri.co.id, 2024) Media sosial menjadi media yang diminati karena memang fungsinya yang memudahkan masyarakat untuk berkomunikasi. Secara spesifik media sosial memiliki jenis-jenis yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat seperti berbagi video, foto, tulisan, dan lain-lain. Media sosial juga mencakup 4 komponen yakni:

Context, menjalankan fungsi dalam membingkai pesan. Instagram digunakan untuk kegiatan pembelajaran dengan memanfaatkan berbagai fitur seperti *QnA*, *Pooling* dan lain sebagainya yang memunculkan ketertarikan dan sekaligus menginspirasi sesama pengajar. Selain itu konten-konten edukatif juga dapat dinikmati oleh siswa untuk memudahkan materi pembelajaran yang sulit dipahami menjadi lebih mudah dipahami karena bantuan visual dan dapat diputar berkali-kali. Hal ini dapat dilihat bahwa pesan dibingkai oleh berbagai aktor dengan cara yang berbeda-beda sesuai dengan faktor yang melatarbelakangi, tujuan dan nilai dari akunnya masing-masing.

Communication, terjalin aktivitas interaktif seperti mendengar, menanggapi dan berkembang. Keberadaan akun-akun ini memiliki tempat tersendiri pada followersnya dikarenakan kedekatan hubungan yang dibangun dalam media sosial instagram. Bahkan pertanyaan atau permintaan followers diakomodasi oleh pengelola akun. Interaksi yang terbuka menjadi modal pengelola akun dalam memperoleh materi-materi yang akan dibahas, adapun pola yang digunakan oleh akun-akun ini dalam meningkatkan interaksi ialah (a) menerima masukan ataupun saran terkait konten yang akan dibahas selanjutnya, ataupun menyampaikan saran dan kritiknya melalui kolom komentar ataupun pesan. (b) pengelola akun menanggapi dengan melakukan pemetaan terkait *issue* utama apa yang memiliki urgensi, untuk selanjutnya ditindaklanjuti dengan melakukan riset terkait persoalan yang dimaksud. (c) membuat informasi dengan mempertimbangkan audio, visual dan bentuk kontennya seperti animasi, video dokumenter, infografis, dan lain-lain. (d) dan kembali ke siklus pertama, dengan durasi yang beragam minimal 1 minggu 1 konten, bahkan 1 hari 3 konten.

Collaboration, melakukan kerjasama bahkan aksi kolektif. Aktor yang membuat akun ini menyadari bahwa kolaborasi menjadi kunci keberlanjutannya dari akun-akun edukatif ini agar tidak membosankan. (a) Dimulai dengan kolaborasi untuk memperkuat akun dengan proses rekrutmen, karena pengelola akun edukatif ini mayoritas dikerjakan oleh tim yang terdiri dari berbagai latar belakang untuk jobdesk yang berbeda beda. (b) Dilakukan kerjasama dengan akun

lain untuk saling memperkenalkan akunnya kepada followers secara menyilang. (c) Sampai membuat pertemuan seperti *bootcamp* atau kelas praktis untuk para followersnya. Hal ini dilakukan sebagai bentuk aksi kolektif yang mengakomodasi kebutuhan followers, seperti akun @bicarapede.academy yang mengadakan kelas *Public speaking* dan @mudanerdaya.id yang melakukan *roadshow* ke berbagai lokasi seperti sekolah dan kampus untuk memperkuat aspek literasi dan mengadakan festival muda dengan mengemasnya dalam program teras literasi, monolog realitas, kala kontemplasi, ruang satir, beranda bait, tutur tembang dan gelas aspirasi.

Connection, menjaga hubungan berkelanjutan. Aspek keempat ini dilakukan dengan mengoptimalkan aspek *context*, *communication* dan *collaboration*. Hal ini dibuktikan bahwa akun edukatif @kokbisa mampu bertahan dari 2015, @folkative dari tahun 2016, @socialkreatif dari tahun 2018, dan akun lainnya seperti @mudanerdaya.id, @asumsico, @karirlab, @socialkreatif, @bicarapede.academy yang baru dibuat pada periode 2020-2022 memiliki followers yang banyak. Dengan kisaran pengikut dengan jumlah followers terkecil yaitu akun @mamanbasyaiban sebanyak 37.600 sampai akun @folkative yang memiliki followers 6.200.000. Berikut identifikasi terkait akun edukatif yang menjadi subjek dalam pebelitian ini.

Tabel 1. Identifikasi Akun Edukatif

Jenis Akun	Follower	Interaksi	Konten	Peran
@kokbisa	897.000	Sangat Aktif	Isu trending berdasarkan hasil riset	Memberikan informasi berbasis data/riset
@mudanerdaya.id	6.466	Aktif	Tokoh inspiratif, pemberdayaan pada anak sekolah dan kampus fokus pada berbagai sektor (industry kreatif, kewirausahaan, pendidikan dan keterampilan	Mengajak follower untuk bernalar dan berpikir kritis, serta bergerak untuk memberdayakan diri
@socialkreatif	151.000	Sangat Aktif	Program pengembangan diri (menulis, hidup sehat, aksi dan konsisten), dan konten edukatif	Mengembangkan diri dengan meningkatkan kreativitas untuk bertumbuh
@folkative	6.200.000	Sangat aktif	Lifestyle, movies, sport, tech, music, food, finansial	Memberikan informasi, dan hiburan secara luas
@asumsico	355.000	Sangat aktif	Berita, opini, politik, hiburan, Kesehatan, dll	Memberikan informasi yang luas
@karirlab	51.900	Aktif	Artikel, tips tentang pendidikan dan lapangan pekerjaan	Merevolusionisasi Solusi karir
@mamanbasyaiban	37.600	Aktif	Model pembelajaran	Membantu siswa yang tidak memahami materi
@bicarapede.academy	83.000	Aktif	Membuat kelas	Membangun kompetensi terkait public speaking

Sumber: diolah oleh peneliti, 2024

Peran Aktor dalam Akun Edukatif

Penggiat akun edukatif pada media sosial instagram memiliki beragam profil diantaranya ialah mahasiswa, guru, remaja, PT, lembaga dan lain-lain. Pemilik akun ini membuat konten

edukatif didasarkan pada (1) keresahan terkait media sosial yang tidak dimanfaatkan dengan baik, mayoritas hanya digunakan untuk hiburan atau entertainment yang mengarah ke “lebay” oleh karena itu dibuatlah konten-konten sehari-hari yang ringan dan menarik yang memiliki nilai edukatif. (2) Faktor lain yang melatarbelakanginya ialah dikarenakan kebutuhan pribadi sebagai pengajar yang ingin mendokumentasikan kegiatan pembelajaran. (3) menginspirasi anak muda, untuk pengembangan diri yang bertujuan meningkatkan kreativitas dan meningkatkan kapasitas menulis, *public speaking* dan lainnya, serta memberi inspirasi harian. (4) Peluang bisnis, dimana para aktor memanfaatkan untuk memperoleh keuntungan dengan membuka kelas kursus daring ataupun luring, *bootcamp* untuk sektor industri kreatif, kewirausahaan, serta pendidikan dalam etika, ilmu

Penggiat akun edukatif ini mengolah akunnya dengan cara beragam, ada yang dikelola secara mandiri dan pribadi, serta ada yang dikelola bersama-sama dalam tim dan profesional. Para aktor-aktor dari beragam akun edukatif ini memiliki peran diantaranya:

Policy creator, dimana pendiri akun memiliki landasan atau dasar dari didirikannya akun. Serta menjadi pembeda karena memiliki *value* untuk akun edukatifnya, dimana ini akan menjadi acuan dalam menampilkan konten-konten edukatifnya. Pada akun @kokbisa yang menjadi *valuenya* ialah *curiosity* dan *simplicity* yang mampu menjawab rasa penasaran orang-orang dengan penjelasan sederhana. Sedangkan pada akun @mudanerdaya.id, @socialkreatif @bicarapede.academy mengajak anak muda untuk mengembangkan diri, kreatif untuk terus bertumbuh seperti mengembangkan kemampuan menulis, hidup sehat dan lain-lain, serta mengutamakan aksi, konsistensi dan kolaborasi. Untuk akun @mamanbasyaiban, @asumsico dan @folkative lebih umum untuk menggali serta meng-*eksplor*e dunia kreatif Indonesia dan mengurangi stigma negatif mengenai media sosial yang digunakan dalam arti sempit. Terakhir @karirlab membuka kesempatan bagi masyarakat dari berbagai latar belakang untuk menggapai aspirasi karirnya dengan mengembangkan diri dan sekaligus memberikan informasi terkait pengembangan karir dan peluang karir.

Kordinator, mengkoordinasikan berjalannya konten, agar sesuai dengan *value* dan regulasi yang disepakati dari masing-masing akun. Seperti mengkoordinasikan jenis konten yang beragam mulai dari opini, video, podcast, dan lainnya. Selain itu penggunaan fitur yang sesuai dengan jenis konten seperti instagram story, feed, reels, atau interaktif lainnya. Sampai frekuensi dalam posting di waktu-waktu yang sudah terjadwal. (3) **Fasilitator**, memfasilitasi kebutuhan followers. Berdasarkan latar belakang berdirinya akun edukatif ini yang beragam, maka bentuk memfasilitasi kebutuhan followersnya juga dengan beragam (1) secara internal menyiapkan sumber daya manusia dalam mengelola akun, menyiapkan perangkat penunjang terutama bagi konten yang membuat video motion grafis, video, dan lainnya. (2) secara eksternal, menjawab kebutuhan followers dengan mengakomodasi kebutuhan informasi atau layanan apa yang menjadi permintaan followers.

Implementer, pelaksana yang menampilkan konten dengan frekuensi beragam 1 minggu 1 kali bahkan ada yang 1 hari 4 kali bahkan lebih sesuai dengan kebutuhan dan permintaan followers.

Akselerator, mempercepat dan berkontribusi agar akun edukatif ini berkelanjutan dan meningkatkan kebermanfaatannya. Pada akun @folkative membuktikan akun yang dibuat pada tahun 2016 mampu bertahan di era bermunculan akun-akun edukatif seperti @mudanerdaya.id, @asumsico, @karirlab, @mamanbasyaiban, @bicarapede.academy. Bahkan akun @folkative masih menjadi akun yang paling banyak pengikutnya yakni mencapai 6,2 juta followers. Hal ini tentu dikarenakan peran-peran aktor yang sangat beragam mulai dari memberikan informasi berdasarkan riset agar followers tidak mudah menerima informasi hoax, Mengajak follower untuk bernalar, berpikir kritis dan bergerak untuk mengembangkan dan meberdayakan diri dalam meningkatkan kreativitas untuk terus bertumbuh tidak hanya melalui institusi formal sekolah

B. Akun Edukatif dalam Perspektif Sosiologi Pendidikan

Sosiologi pendidikan lahir akibat perubahan sosial cepat dan progresif, hal ini yang menjadi dasar dalam menganalisa keberadaan akun edukatif pada media sosial instagram. Saat ini semua berubah, termasuk peran sekolah, peran keluarga dan lainnya mengalami pergeseran dikarenakan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Perubahan sosial cepat saat ini tidak dapat dilepaskan dari pembahasan teknologi yang berkembang pesat dalam berbagai aspek. Sekolahpun gagal menjadi agen sosialisasi utama bagi siswa. Menurut Willis, banyak siswa yang tidak berhasil untuk *survive* di dalam sekolah, disebabkan oleh mentalitas siswanya terutama siswa kelas bawah yang tidak memiliki budaya belajar (Kurniawati, 2023)

Kehadiran media sosial menjadi arena sosial yang menarik bagi anak-anak usia sekolah. Media sosial membuka ruang interaksi antara aktor-aktor sosial. Bahkan media sosial menjadi agen sosialisasi yang perlu diperhitungkan karena dapat mempengaruhi individu di era kehidupan saat ini. Bertemunya aktor-aktor dalam arena media sosial Instagram, membuat pertukaran informasi terjadi begitu mudah dan menarik untuk dianalisa. Aktor-aktor dalam media sosial Instagram memainkan peranannya untuk membuat akun edukatif yang menampilkan data, pengetahuan dan informasi dalam tampilan yang “*eye catching*”. Sehingga media sosial Instagram menjadi media belajar bagi siswa yang relatif mudah dipahamai karena tampilan yang menarik dan informatif. Selain itu mendapat ilmu yang “murah” dan bisa diakses kapan saja tanpa harus membayar uang Gedung, SPP bulanan selayaknya pendidikan formal.

Aktor-aktor dibalik akun edukatif ini tidak hanya membagikan pengetahuan semata tetapi memberikan pelatihan praktis yang dibutuhkan generasi muda agar terampil, dan lebih mudah menggapai karirnya. Para aktor-aktor dibalik akun edukatif ini pun terus bersaing dalam arena yang positif untuk dapat eksis dan memiliki pengikut yang banyak pada media sosial Instagram. Hal ini tentunya sangat menguntungkan bagi pengguna Instagram yang menerima manfaat dari persaingan positif para aktor dibalik akun edukatif ini. Melalui arena belajar baru di era ini, individu dapat berkembang, berdaya dan bermanfaat secara bersamaan. Hal ini dapat optimal karena intensitas remaja saat ini yang relatif lama menggunakan media sosial. Bahkan dalam penelitian di Mataram kepada 647 remaja gen Z menyebutkan bahwa gen Z menghabiskan 6-7 jam sehari untuk menggunakan media sosial.

Kekhawatiran mengenai kecanduan teknologi menjadi dasar bagi para aktor penggiat akun edukatif untuk mengubah tontonan yang sifatnya sebatas hiburan menjadi lebih bermanfaat untuk pengembangan diri. Perubahan cara belajar remaja saat ini yang tidak “tahan” duduk untuk membaca buku, namun sebaliknya mampu *scroll handphone*-nya berjam-jam untuk membuka media sosial. Oleh karena itu media sosial instagram melalui akun edukatif menjadi cara baru bagi remaja saat ini untuk belajar lebih fleksibel yang bisa diakses kapan saja dan dimana saja. Selain itu pengemasan konten edukatif menyuguhkan secara audio dan visual, membuat konten edukatif tidak monoton dan tidak membosankan untuk disaksikan, bahkan menjadi sangat menarik dan memiliki manfaat baik secara kognitif maupun praktis.

Akun edukatif mulai bermunculan pada tahun 2020 khususnya pasca pandemi covid 19. Kemunculan akun edukatif ini merupakan bentuk adaptasi cara belajar remaja yang awalnya belajar di sekolah, menjadi belajar secara *online* dengan pemanfaatan teknologi. Namun, sebelum itu pada tahun 2016 sudah ada akun edukatif yang mampu eksis bahkan memiliki jumlah followers sebanyak 6,2 juta. Walau ditengah gempuran banyaknya akun hiburan, ternyata akun edukatif menjadi salah satu segmen pilihan pengguna untuk mewarnai konten di media sosial instagramnya.

Penyajian dengan bahasa yang sederhana, ditampilkan secara menarik dengan berbagai bentuk tidak mengurangi nilai edukasi pada konten-konten tersebut. Edukatif merupakan cara mencontohkan tindakan, sikap, ataupun perbuatan yang bernilai “pendidikan”. Nilai edukatif dapat disajikan dengan berbagai cara (1) gaya humor yang menghibur berbasis riset, (2) edukatif memberdayakan anak muda dengan mengajak untuk bergerak pada sektor industri kreatif, kewirausahaan, pendidikan dalam etika, ilmu pengetahuan dan pengembangan keterampilan, (3) edukatif mengembangkan diri untuk meningkatkan kreativitas dan memberi inspirasi yang sifatnya harian. (4) edukatif menjawab kebutuhan followers secara spesifik seperti untuk meraih aspirasi karir, dan mendapatkan pekerjaan dengan memberikan ilmu sederhana, serta membangun kompetensi untuk memiliki kemampuan *public speaking*, literasi, dan lainnya yang dibutuhkan pada dunia kerja saat ini (5) memberikan alternatif cara belajar yang biasanya dalam bentuk tulisan yang dimuat dalam blog, dibuat lebih sederhana agar dapat terserap dan tidak masuk kuping kanan, keluar kuping kiri.

Secara universal konten-konten ini dibuat atas keresahan dan permasalahan sehari-hari khususnya yang terkait dengan remaja, dimana remaja terbiasa berpikir instan. Melalui akun edukatif ini diajak untuk bernalar kritis dengan berbagai klasifikasi konten yang meliputi internasional, politik, general, hukum, budaya pop, olahraga, hiburan, teknologi, bisnis, eksklusif, sejarah, kesehatan, sains, keuangan, dan lain-lain. Selain itu juga memberdayakan pengguna media sosial instagram untuk mengembangkan diri melalui berbagai informasi atau secara spesifik dapat mengikuti berbagai program, karena beberapa akun edukatif ini mengakomodasi lebih lanjut dengan membuat webinar bulanan, pelatihan, dengan mengundang orang-orang inspiratif. Akomodasi kegiatan ini dilakukan melalui kerjasama dengan pihak-pihak terkait seperti universitas, sekolah dan lainnya. Kerjasama ini dilakukan untuk pengembangan diri juga pada kemampuan dasar seperti penggunaan excel, literasi, *public speaking* dan lainnya.

Kesimpulan

Media sosial menjadi media yang diminati karena memang fungsinya yang memudahkan masyarakat untuk berkomunikasi dan mengandung pesan. Dibalik akun edukatif yang menarik terdapat peran aktor yang membuat dengan sangat baik. Adapun peran aktor mulai dari (1) *policy creator*, (2) kordinator, (3) fasilitator, (4) implementer dan (5) akselerator berjalan secara optimal. Penggiat akun edukatif pada media sosial instagram memiliki beragam profil diantaranya ialah mahasiswa, guru, remaja, PT, lembaga dan lain-lain. Pemilik akun ini membuat konten edukatif didasarkan pada (1) keresahan terkait media sosial yang tidak dimanfaatkan dengan baik, mayoritas hanya digunakan untuk hiburan atau entertainment yang mengarah ke “lebay” oleh karena itu dibuatlah konten-konten sehari-hari yang ringan dan menarik yang memiliki nilai edukatif. (2) Faktor lain yang melatarbelakanginya ialah dikarenakan kebutuhan pribadi sebagai pengajar yang ingin mendokumentasikan kegiatan pembelajaran. (3) menginspirasi anak muda, untuk pengembangan diri yang bertujuan meningkatkan kreativitas dan meningkatkan kapasitas menulis, public speaking dan lainnya, serta memberi inspirasi harian. (4) Peluang bisnis, dimana para aktor memanfaatkan untuk memperoleh keuntungan dengan membuka kelas kursus daring ataupun luring, bootcamp untuk sektor industri kreatif, kewirausahaan, serta pendidikan dalam etika, ilmu

Optimalisasi peran para Aktor-aktor dari beragam akun edukatif yang meliputi aspek *context*, *communication*, *collaboration* dan *connection*. Secara spesifik kolaborasi dilakukan dengan pihak-pihak lain sesama *content creator* ataupun *brand-brand* lainnya, mengembangkan komunitas dan proyek sesuai kebutuhan seperti *public speaking*, kelas menulis, *digital creator academy*, *building personal brand* yang diselenggarakan di kota-kota besar. Selain itu konten yang informatif seperti menyajikan info-info beasiswa maupun pekerjaan, informasi umum dan informasi khusus.

Sosiologi pendidikan lahir akibat perubahan sosial cepat dan progresif, hal ini yang menjadi dasar dalam menganalisa keberadaan akun edukatif pada media sosial instagram. Saat ini semua berubah, termasuk peran sekolah, peran keluarga dan lainnya mengalami pergeseran dikarenakan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Perubahan sosial cepat saat ini tidak dapat dilepaskan dari pembahasan teknologi yang berkembang pesat dalam berbagai aspek. Sekolahpun gagal menjadi agen sosialisasi utama bagi siswa. Menurut Willis, banyak siswa yang tidak berhasil untuk *survive* di dalam sekolah, disebabkan oleh mentalitas siswanya terutama siswa kelas bawah yang tidak memiliki budaya belajar.

Kehadiran media sosial menjadi arena sosial yang menarik bagi anak-anak usia sekolah. Media sosial membuka ruang interaksi antara aktor-aktor sosial. Bahkan media sosial menjadi agen sosialisasi yang perlu diperhitungkan karena dapat mempengaruhi individu di era kehidupan saat ini. Bertemunya aktor-aktor dalam arena media sosial Instagram, membuat pertukaran informasi terjadi begitu mudah dan menarik untuk dianalisa. Aktor-aktor dalam media sosial Instagram memainkan peranannya untuk membuat akun edukatif yang menampilkan data, pengetahuan dan informasi dalam tampilan yang “*eye catching*”. Sehingga media sosial Instagram menjadi media belajar bagi siswa yang relatif mudah dipahami karena tampilan yang menarik dan informatif serta “murah”.

Daftar Pustaka

- A, Desmal. 2017. The Impact Of Using Social Media And Internet On Academic Performance: Case Study Bahrain Universities. *EAI Endorsed Transactions on Scalable Information Systems*, 4(13)
- A, Jaceed. 2022. Impact of Using Social Media on the Academic Performance A Case of College Going Students in Loralai Division. *Siazga Research Journal*, 1(2)
- C, Fortems, dkk. 2023. Characteristics of youth in alternative education settings: A scoping literature review. *Children and Youth Serices Review* 145.
- E, Ardiana, dkk. 2022. The Effect of Using the Tiktok Application as a Learning Media on the Activeness and Learning Outcomes of Class XI Social Sciences Students in Sociology Subjects at SMA N 1 Ampek Angkek. *Langgam International Journal of Social Science Education, Art and Culture*, 1(02)
- Futrah Nurrizka, Annisa. 2016. Peran Media Sosial di Era Globalisasi Pada Remaja di Surakarta Suatu Kajian Teoritis dan Praktis Terhadap Remaja dalam Perspektif Perubahan Sosial. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(1)
- Kurniawati, Atik. 2023. *Sosiologi Pendidikan*. PT Batari Edu Calya: Tangerang
- M. Tezer, dkk. 2017. The Impact of Using Social Media on Academic Achievement and Attitudes of Prospective Teachers. *International Journal of Cognitive Research in Science, Engineering and Education*, 5(2)
- Pertiwi Sutrisno, Agnes, dkk. 2021. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @humasbdg terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2)
- Romaboida, Winda. 2023. Media Sosial Instagram Sebagai Bentuk Validasi dan Representasi Diri. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, Vol 9, No. 1.
- S. Hapsari. 2020. The Use Of Social Media As Effective Learning Media During The Covid-19 Pandemic. *Jurnal Pajar (Pendidikan dan Pengajaran)*, 4(6)
- S. Tabarosi, dkk. 2022. Impact of Using Social Media Networks on Individual Work-Related Outcomes. *Switzerland: Sustainability*, 14(13)
- Wulandah, Safirah. 2023. Fenomena Cyberbullying: Krisis Etika Komunikasi Netozen pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 12(2)

Pendukung Lain

<https://www.kosngosan.com/2020/09/akun-instagram-pendidikan.html>, diakses pada 12 Februari 2024

<https://www.halodoc.com/artikel/jangan-terlalu-lama-main-media-sosial-ini-alasannya> diakses pada 12 Februari 2024

(<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/26/daftar-media-sosial-terpopuler-di-dunia-april-2023-facebook-masih-juara>) diakses pada 12 Februari 2024

(<https://dataindonesia.id/internet/detail/durasi-penggunaan-media-sosial-di-dunia-semakin-meningkat#:~:text=Berdasarkan%20laporan%20We%20Are%20Social,jam%2028%20menit%20per%20hari.>) diakses pada 12 Februari 2024

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/04/jumlah-pengguna-instagram-indonesia-terbanyak-ke-4-di-dunia> diakses pada 12 Februari 2024

<https://www.rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024>